

PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMASARKAN HASIL/PRODUK DESA PATUMBAK I

Wan Suryani¹, Retnawati Siregar², Nurmaidah³

¹Program Manajemen, Universitas Medan Area

²Program Akuntansi, Universitas Medan Area

³Program Sipil, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

email:wansuryani77@yahoo.com

Abstrak

Desa Patumbak I, desa ini terletak di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu Kabupaten yang berada di kawasan Pantai Timur Provinsi Sumatera Utara. Ibu kota Kabupaten Deli Serdang terletak di Lubuk Pakam. Bila dilihat dari luas wilayah per Kecamatan berdasarkan jumlah 22 kecamatan, maka dapat dilihat Kecamatan Patumbak mempunyai luas 46,79 km² (1,87 % dari luas wilayah Kabupaten Deli Serdang), sedangkan kecamatan yang paling kecil wilayahnya adalah Kecamatan Deli Tua dengan luas 9,36 km² (0,37 % dari luas wilayah Kabupaten Deli Serdang). Pentingnya PKM ini dilaksanakan untuk membantu masyarakat Desa Patumbak dalam memasarkan produk dengan memanfaatkan sosial media. Diharapkan dengan memanfaatkan social media jangkauan pasar lebih luas. Tujuan PKM ini ; 1) membantu masyarakat dalam memahami pentingnya *branding* 2) Membantu masyarakat dalam membuat akun E-commerce 3) Membantu Masyarakat desa Patumbak I dalam memasarkan produk menggunakan social media.

Kata kunci: Branding, Sosial Media, E-Commerce

Abstract

Patumbak I Village, this village is located in Patumbak District, Deli Serdang Regency. Deli Serdang Regency is one of the regencies on the East Coast of North Sumatra Province. The capital of Deli Serdang Regency is located in Lubuk Pakam. If we look at the area per sub-district based on the number of 22 sub-districts, it can be seen that Patumbak Sub-district has an area of 46.79 km² (1.87% of the area of Deli Serdang Regency), while the sub-district with the smallest area is Deli Tua Sub-district with an area of 9.36 km² (0.37% of the area of Deli Serdang Regency). The importance of this PKM is to help the people of Patumbak Village market their products by utilizing social media. It is hoped that by utilizing social media the market reach will be wider. The aim of this PKM is; 1) helping the community understand the importance of branding 2) Helping the community in creating an E-commerce account 3) Helping the Patumbak I village community in marketing products using social media.

Keywords: Branding, Social Media, E-Commerce

PENDAHULUAN

Desa Patumbak I, desa ini terletak di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu Kabupaten yang berada di kawasan Pantai Timur Provinsi Sumatera Utara. Ibu kota Kabupaten Deli Serdang terletak di Lubuk Pakam. Bila dilihat dari luas wilayah per Kecamatan berdasarkan jumlah 22 kecamatan, maka dapat dilihat Kecamatan Patumbak mempunyai luas 46,79 km² (1,87 % dari luas wilayah Kabupaten Deli Serdang), sedangkan kecamatan yang paling kecil wilayahnya adalah Kecamatan Deli Tua dengan luas 9,36 km² (0,37 % dari luas wilayah Kabupaten Deli Serdang).

Kecamatan Patumbak memiliki keanekaragaman tradisi, etnis, budaya dan sumber daya alam yang potensial, sehingga merupakan daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan peluang investasi bagi para investor bidang industry dan real estate. Salah satu desa di Kecamatan Patumbak yaitu Desa Patumbak I dengan salah satu potensi utamanya yaitu perdagangan dan industri. Desa Patumbak I ini di pimpin oleh Kepala Desa yaitu bapak Irwansyah Lubis yang mana desa ini memiliki luas areal/wilayah sekitar 714, 5 Ha. Walaupun termasuk desa yang mempunyai luas wilayah yang tidak cukup luas, desa ini termasuk salah satu desa dengan perkembangan penduduk yang cukup besar dan sekarang terdapat jumlah penduduk sebanyak 1.786 KK (jumlah 7.276 jiwa).

Sebelum kemerdekaan RI tahun 1945 desa Patumbak I merupakan areal perkebunan tembakau yang dikuasai oleh kolonial Belanda. Setelah kemerdekaan RI, Belanda pun meninggalkan Indonesia

dan diambil alih oleh Pemerintahan Indonesia dengan perusahaan negara PTPN-1 sekarang PTPN-2. Pada umumnya masyarakat desa/kampung ini adalah karyawan lepas dan petani maka sebagian dari tanah milik PTPN-1 telah dikeluarkan dan menjadi persawahan masyarakat dan menjadi kampung Patumbak-I.

Menurut keterangan yang diperoleh dari masyarakat setempat nama perkebunan ini dulunya ialah Petombak lalu di awal tahun 1950 berganti nama menjadi Patumbak. Dan kemudian diadakanlah pemilihan kepala kampung Patumbak I dan sekarang Patumbak I terdiri atas tujuh dusun dan desa ini mayoritas penduduknya beragama Islam.

Bagi para pelaku ekonomi Indonesia, terutama UMKM, perkembangan ekonomi digital yang luar biasa pesat sudah tentu menjadi tantangan sekaligus peluang tersendiri. Berdasarkan Statistik e-commerce BPS Juni 2021, dari 8,2 juta unit usaha yang disurvei termasuk di dalamnya pelaku UMKM, hanya 29% yang telah mengintegrasikan usahanya ke dalam e-commerce. Menurut data, per Agustus 2022, sebanyak 20,24 juta UMKM telah masuk ekosistem digitalisasi. Sementara itu, pada tahun 2023, pemerintah menargetkan minimal ada 30 juta UMKM yang masuk ke marketplace atau platform digital. Sejauh mana target yang ditetapkan ini akan berhasil diwujudkan, tentu waktulah yang akan menjawabnya.

Permasalahan pada masyarakat desa patumbak, masih banyak UMKM dalam memasarkan produk yang belum beralih ke digital. Dengan kata lain belum maksimalnya dalam memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Kebanyakan dari mereka masih menjual secara konvensional. Sejumlah kendala lainnya yang menghambat sebagai berikut. Pertama, keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital pelaku UMKM. Lebih dari sekadar mengembangkan pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, yang dimaksud dengan digitalisasi UMKM sesungguhnya tidak hanya menyangkut aspek pemasaran. Namun, perlu pula memperhatikan aspek operasional usaha, seperti pengelolaan keuangan, pengadaan barang, dan manajemen pesanan.

Dan berdasarkan hasil identifikasi tim terhadap pengetahuan masyarakat desa Patumbak I tentang aplikasi digital, ditemukan bahwa sebagian masyarakat sudah memiliki akun Facebook, Instagram dan mereka juga sebahagian mengenal dan memiliki akun E-commerce. Kendala yang di hadapi dalam penggunaan media sosial adalah kesulitan dalam membuat konten dan penggunaan aplikasi e-commerce masih mengalami kebingungan dalam proses pembayaran dan langkah-langkah penjualan produk.

METODE

Upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, maka metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan program kemitraan masyarakat adalah dengan metode Digitalisasi yang dilakukan para pelaku UMKM masyarakat desa Patumbak I adalah melakukan perubahan dari sistem biasa (konvensional) ke digital (modern). Digital solution adalah salah satu inovasi untuk mengatasi problema terkait dengan pengoperasian dan pemasaran produk. Selain memperluas pasar, digital solution juga memberikan kemudahan kepada pelaku UMKM masyarakat desa Patumbak I untuk mengatur keuangan serta penjualan secara online.

Tabel 1. Digitalisasi UMKM

No	Pelaksanaan Kegiatan	Metode Pendekatan	Target	Partisipasi Masyarakat
1.	Pendampingan dalam memberikan pemahaman tentang membangun <i>branding</i>	Narasumber yang menjelaskan tentang <i>branding</i>	Produk yang memiliki merek	Menyediakan tempat dan mengikuti pelatihan.
2.	Pelatihan langkah-langkah pendaftaran akun E-Commerce	Pelatihan	Masyarakat yang memiliki akun E-commerce	Menyediakan tempat dan mengikuti pelatihan.

3.	Pelatihan Proses / langkah-langkah menjual produk di media sosial	Pengenalan media social Sebagai media promosi. Pelatihan pembuatan content pemasaran di platform media social.	Mampu memasarkan produk menggunakan media social Sebagai media promosi. Mampu membuat content pemasaran di platform media social.	Menyediakan tempat dan mengikuti pelatihan.
----	---	--	---	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

1. Pendampingan dalam memberikan pemahaman tentang membangun branding

Kegiatan Sosialisasi ini dilakukan oleh tim PKM secara tatap muka yang dilaksanakan di di desa Patumbak I yang dihadiri oleh kepala desa, wakil camat dan masyarakat. Kegiatan ini menjelaskan pentingnya membangun sebuah merek dalam memasarkan produk yang ingin dijual.

2. Pelatihan langkah-langkah pendaftaran akun E-Commerce

Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka dengan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha masyarakat desa Patumbak bagaimana langkah-langkah dalam mendaftarkan produk di aplikasi E-commerce dan bagaimana cara pengoperasiannya.

3. Pelatihan Proses / langkah-langkah menjual produk di media sosial

Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka yang dihadiri oleh pelaku usaha masyarakat desa Patumbak I. Dalam pertemuan ini dilaksanakan pelatihan bagaimana memanfaatkan sosial media sebagai upaya dalam memasarkan produk yang akan dijual, dalam kegiatan ini juga memberikan pelatihan tentang langkah-langkah memasarkan produk dengan menggunakan sosial media tersebut.



SIMPULAN

Setelah melalui proses analisis dan sistesis masalah, maka kesimpulan yang didapatkan dari kegiatan pengabdian ini adalah begitu pentingnya masyarakat memahami pentingnya membangun sebuah merek dan bagaimana pelaku usaha masyarakat desa Patumbak I harus bertransformasi dari pemasaran secara konvensional ke pemasaran digital.

SARAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini harapan kedepannya mampu menambah jenis pelatihan kepada pelaku usaha masyarakat desa Patumbak I diantaranya adalah :

1. Pelatihan bisnis manajemen keuangan
2. Pelatihan membuat sebuah konten untuk promosi di sosial media seperti Tik Tok

DAFTAR PUSTAKA

Munandar, utami, 1997, emansipasi dan Peran ganda, Universitas Indonesia, Jakarta
 Todaro, Michael, P, 1983, Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta
 Singarimbun, Masri, D.H, Penny, 1992, Penduduk dan Kemiskinan, BKA, Jakarta
 Kusnadi, 2002, Akar Kemiskinan Nelayan LKIS., Yogyakarta

Kusnadi, 2003, Polemik Kemiskinan Nelayan. Pondok Edukasi dan Pokja Pembaharuan. Yogyakarta.
Kusnadi, 2008. Keberdayaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir. Jember Moeleong,
Suharto, Edi, 1972. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan
Kesejahteraan Sosial. Bandung. Refika Aditama